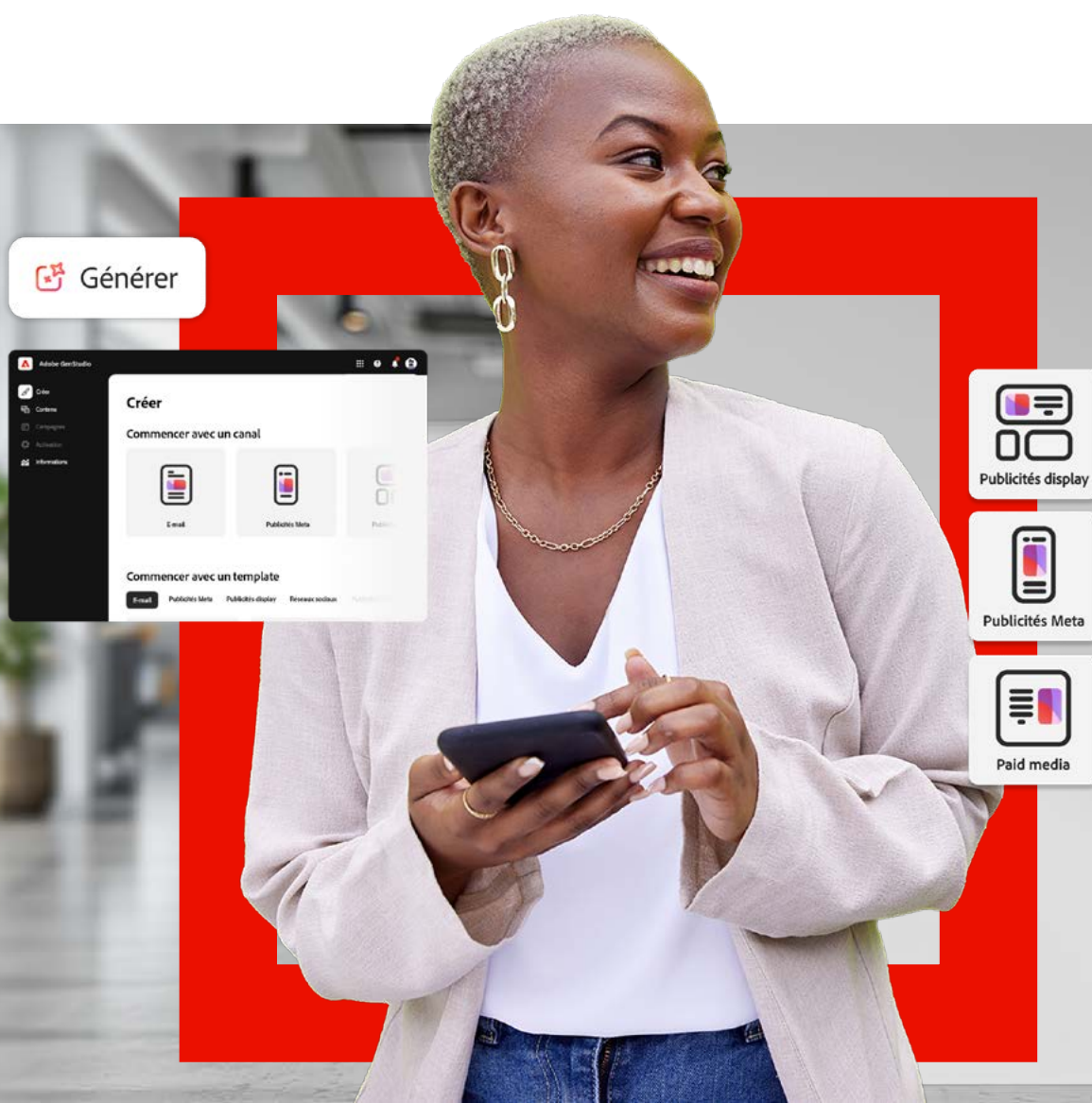




Optimisez votre content supply chain avec l'IA générative.

Stratégiques, fluides, évolutives, durables...
Découvrez tous les avantages des content supply
chains optimisées par l'IA.



Sommaire

- 3. **Maîtriser la content supply chain pour prospérer sur le marché actuel**
- 5. **Jeter les bases d'une IA générative efficace**
- 7. **Mettre en œuvre une nouvelle approche basée sur la personnalisation à grande échelle**
- 12. **Booster le ROI du contenu intelligent en alliant vélocité et valeur ajoutée**
- 14. **Renforcer votre maillon faible pour gagner en agilité**
- 18. **Accélérer la croissance à l'aide d'une content supply chain unifiée et optimisée par l'IA**
- 21. **Redéfinir les possibilités marketing et créatives**
- 24. **Mettre toutes les chances de votre côté**

 Générer

Créer des publicités Instagram pour promouvoir le blouson WKND |



WKND
Sponsorisé



Maîtriser la content supply chain pour prospérer sur le marché actuel

Aujourd'hui, pour rester compétitives, les entreprises doivent impérativement proposer à leur clientèle des expériences personnalisées et connectées qui font la différence. Celles qui y parviennent obtiennent des résultats qui parlent d'eux-mêmes : augmentation de 23 % de la clientèle nouvelle, hausse de 9 % des achats récurrents et amélioration de la rentabilité¹.



Heureux de vous revoir, Noah



Les expériences personnalisées et connectées sont les plus efficaces.



● Clientèle nouvelle

+23 %

● Achats récurrents

+9 %

Or, créer, approuver et diffuser du contenu est un processus long et fastidieux, d'autant plus lorsque les assets se perdent ou que leur production prend du retard. De plus, si la content supply chain est fracturée, il est difficile de savoir ce qui génère le plus de valeur ajoutée.

Pour relever ces défis, les entreprises ont besoin d'une content supply chain moderne et intégrée, qui unifie le personnel, les outils et les workflows au sein d'un processus cohérent, afin de planifier, créer, diffuser et analyser le contenu de manière stratégique.

Pour mettre en œuvre la personnalisation à grande échelle indispensable pour séduire la clientèle, cette modernisation n'est plus une option, mais une nécessité. Les entreprises qui ne réussiront pas à répondre à l'explosion de la demande ne pourront, en effet, pas rivaliser avec leurs concurrentes.

Pour créer des expériences parfaitement adaptées à votre public cible, votre contenu doit être percutant, pertinent et diffusé au bon moment. Il est également important d'être en capacité de suivre et de mesurer son impact. Par conséquent, les entreprises doivent revoir leur approche du contenu pour saisir cette opportunité et se démarquer de la concurrence.



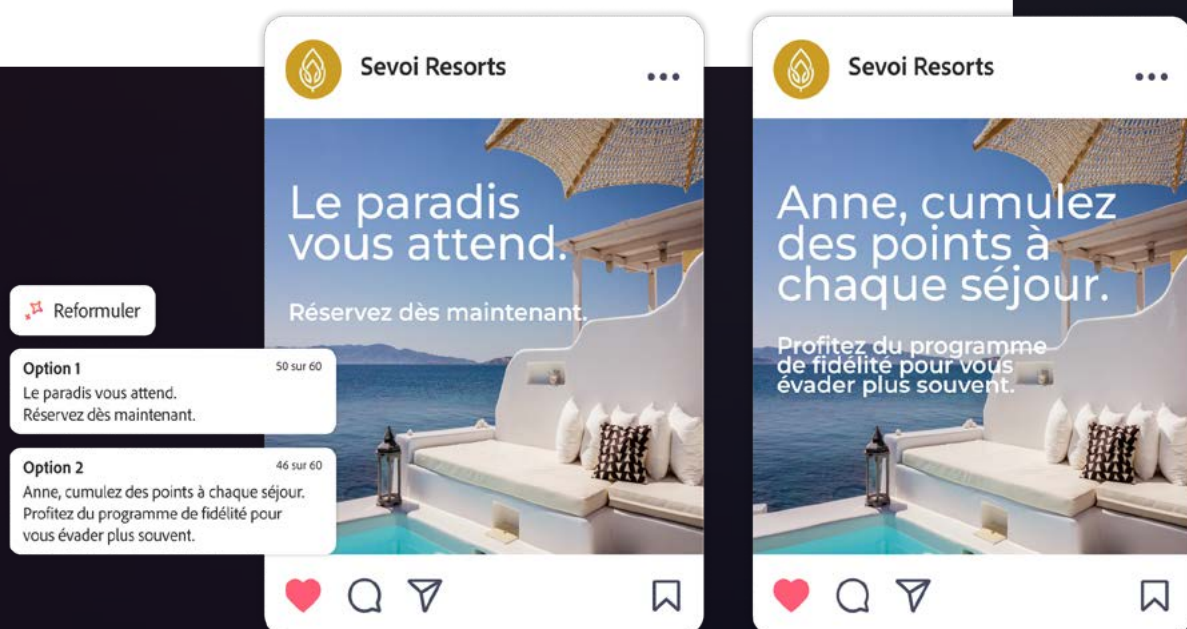
Contenu publié au bon moment



Dans ce nouveau paysage, le contenu n'est pas seulement un enjeu marketing. C'est un impératif stratégique. À cet égard, l'IA générative est un formidable moteur de réussite.

Jeter les bases d'une IA générative efficace

Pour répondre à la demande, votre entreprise doit créer et diffuser de grands volumes de contenu, plus rapidement que jamais, pour chaque point de contact client, chaque expérience digitale et chaque interaction, tout en préservant son identité de marque.



Face à ces exigences, les responsables marketing sont soumis à une pression quotidienne. Ils doivent, en effet, proposer des campagnes agiles en temps réel, qui s'affranchissent des approches traditionnelles et séquentielles. La solution : se tourner vers l'IA générative pour transformer les méthodes de création et de déploiement des expériences.



Mais il ne faut pas oublier un point essentiel :

À elle seule, l'IA générative ne suffira pas si votre content supply chain est fracturée.

Imaginez l'IA générative comme un puissant moteur qui serait installé sur une voiture au pneu crevé et au pare-brise fissuré. Peu importe sa performance si le reste ne fonctionne pas correctement. Pour exploiter pleinement le potentiel de l'IA générative, vous devez « réparer » votre workflow de contenu, autrement dit repenser vos méthodes de planification, de création, de diffusion et d'analyse en la matière.

Les outils actuels ne prennent généralement en charge qu'une partie du processus, ce qui crée des workflows décousus qui vous ralentissent. Sans content supply chain intégrée et complète, l'IA générative risque même d'aggraver les problèmes (non-conformité à la marque, goulet d'étranglement au niveau des révisions, etc.).

L'avenir appartient aux entreprises capables de mettre en place un socle solide où l'IA générative ferait office de copilote. Ainsi, les équipes seront en mesure de collaborer pour produire du contenu personnalisé qui répond aux besoins et aux attentes de la clientèle, à l'échelle et au rythme imposés par le paysage digital actuel.

Mettre en œuvre une nouvelle approche basée sur la personnalisation à grande échelle

En matière d'efficacité du contenu, le fossé ne cesse de se creuser. Les fonctionnalités à la disposition de l'entreprise sont de moins en moins adaptées à des attentes de la clientèle chaque jour plus élevées. Résultat : l'efficacité devient un enjeu majeur pour préserver la compétitivité.

 En attente de validation



Campagne Black Friday



Campagne Fête des pères

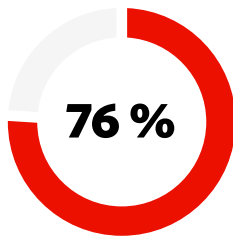


Campagne Soldes d'été

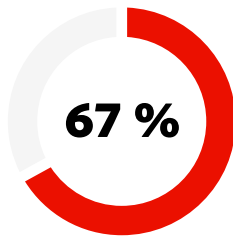
Plus de 120 profils client



La demande en matière de personnalisation évolue sans cesse...

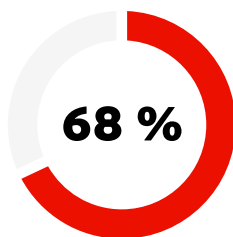


des consommateurs et des consommatrices² achètent plus volontiers auprès de marques qui adaptent les interactions à leurs préférences individuelles.

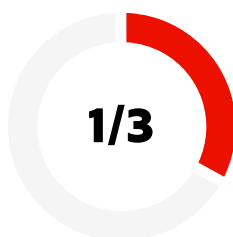


souhaitent des offres personnalisées en fonction de leurs habitudes d'achat, que ce soit en ligne ou en magasin³.

...mais son processus de mise en œuvre est fragmenté.

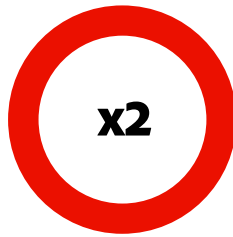


des responsables marketing⁴ déclarent qu'offrir un tel degré de personnalisation est extrêmement difficile.

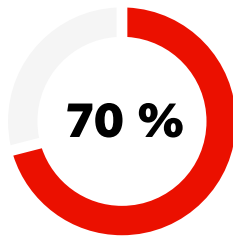


Moins d'un tiers des responsables marketing⁵ estiment que leur entreprise gère le contenu efficacement.

La demande en matière de contenu n'a jamais été aussi forte...

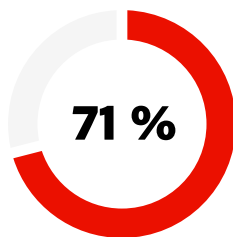


Les responsables marketing et de l'expérience client (CX) constatent que la demande en matière de contenu a **plus que doublé** ces deux dernières années⁶.

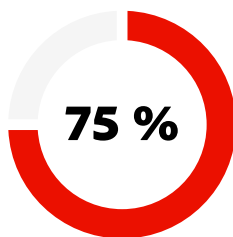


70 % des clientes et des clients attendent une expérience fluide et unifiée à chaque interaction avec une marque⁷.

...mais les budgets stagnent ou régressent.



Plus de 71 % des CMO⁸ font état de budgets insuffisants pour pouvoir exécuter la totalité de leurs stratégies.



des responsables marketing⁹ ont l'obligation d'en faire davantage avec moins de moyens pour stimuler la croissance.

Les principaux enjeux portent sur l'expérience client et la conversion.

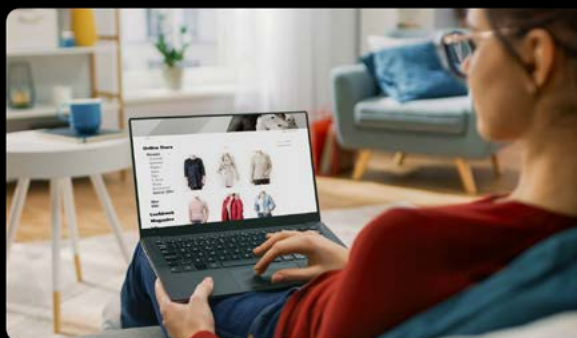
Dans ces perspectives, comment revoir votre approche de la planification, de la production, de la diffusion et de l'analyse du contenu pour atteindre la vitesse et l'échelle nécessaires à l'amélioration de vos résultats ?

Vous n'avez plus le choix.

Face à une clientèle axée sur le digital et à des parcours de plus en plus omnicanal, vous devez repenser la manière dont vous produisez et diffusez du contenu. C'est la raison pour laquelle 62 % des responsables marketing¹⁰ ont déjà tenté de simplifier leurs processus afin d'être en capacité de créer les assets nécessaires au déploiement d'expériences personnalisées à grande échelle.



Création de contenu omnicanal
à grande échelle



Adobe GenStudio peut vous y aider.

Conçue pour transformer l'ensemble de la content supply chain, cette solution complète allie IA générative et automatisation intelligente pour vous permettre de simplifier vos processus et de diffuser du contenu personnalisé à une échelle inédite.

Plus qu'un changement progressif, il s'agit d'une véritable révolution ciblant le workflow, la logistique, les données et l'automatisation. L'objectif n'est pas seulement d'augmenter le volume produit, mais de créer du contenu parfaitement adapté à chaque audience et de le diffuser au moment le plus stratégique.

Depuis des années, les entreprises peinent à mettre en œuvre une personnalisation à grande échelle avec plus ou moins de réussite. En comblant le fossé entre création et marketing, l'IA générative leur simplifie grandement la tâche.



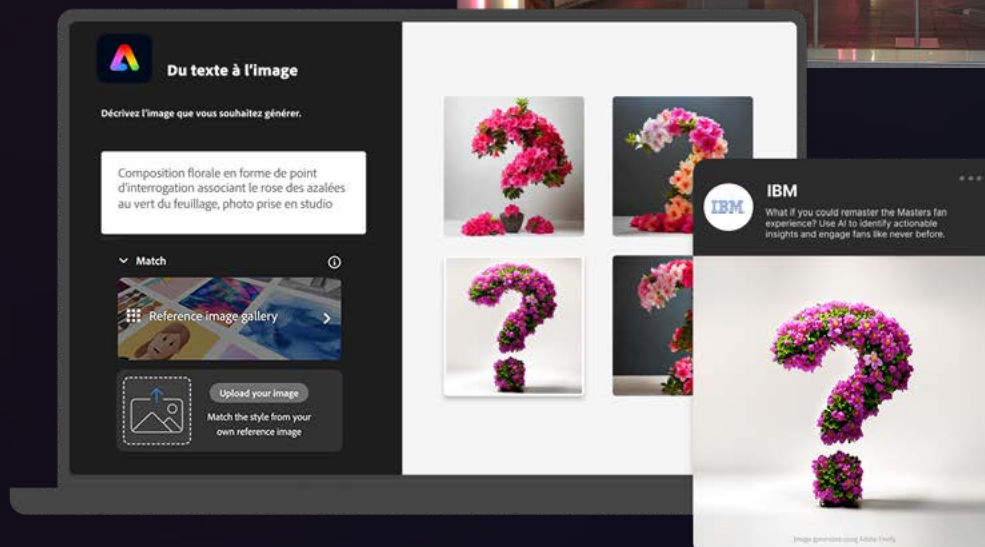
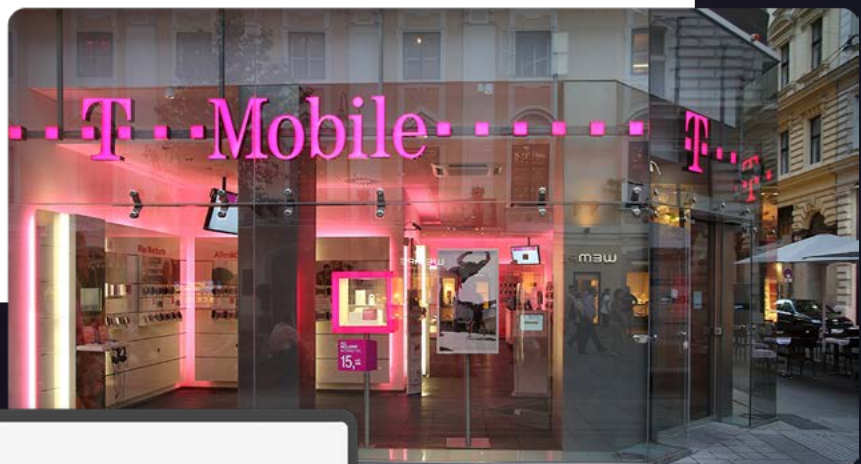
@ARI SHEINKIN,
VP Global Demand, IBM

Booster le ROI du contenu intelligent en alliant vélocité et valeur ajoutée

En matière de content supply chain, l'adoption d'une stratégie adéquate ne fait pas seulement gagner du temps. **Elle génère également des résultats significatifs.**



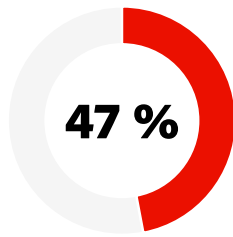
T-Mobile transforme ses workflows marketing en avantage concurrentiel.



T-Mobile



Deux millions de dollars économisés
en consolidant et en automatisant les workflows

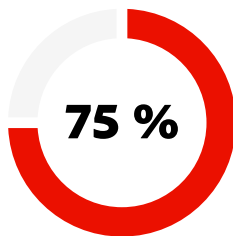


Augmentation de 47 % de la productivité
sans effectifs supplémentaires¹¹

IBM



26 fois plus d'interactions
sur les assets pour les réseaux sociaux générés
par Adobe Firefly



Création de storyboards 75 % plus rapide,
ce qui réduit les délais d'élaboration des campagnes²

Le retour sur investissement (ROI) se fait : en quelques mois, et non en plusieurs années. Il ne s'agit pas seulement d'une solution à court terme. En mettant en place une plateforme stratégique pour entretenir la croissance, vous investissez dans l'efficacité à long terme.

Leader de la gestion de l'expérience client avec une solide expertise en matière de contenu créatif, Adobe est l'éditeur idéal pour vous aider à saisir ces opportunités.

Renforcer votre maillon faible pour gagner en agilité

Votre content supply chain doit inclure chaque ressource et processus ayant trait à la planification, à la production, à la diffusion et à l'analyse du contenu.

Or, pour la plupart des entreprises, elle a évolué au fur et à mesure des besoins, ce qui a engendré des systèmes ad hoc et des workflows décousus au lieu d'un système stratégique global, à même de gérer les expériences client digitales.



Balises d'image

Familier

< 30 mots

Appel à l'action court

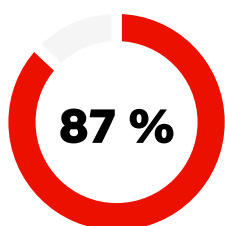
Branding

Meilleure vente

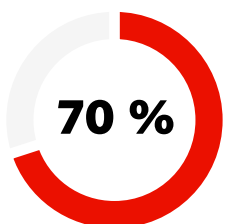
Dryp.
Dryp.



Si vous souhaitez monter en capacité, vous devez optimiser votre content supply chain en relevant les défis suivants :



87 % des entreprises peinent à gérer le contenu tout au long de son cycle de vie¹³.



Les équipes créatives consacrent 70 % de leur temps à des tâches manuelles et secondaires, effectuées dans des systèmes disparates.



Près de **9 personnes sur 10** utilisent les e-mails, les listes de tâches et d'autres méthodes ad hoc pour gérer leur travail.



Plus de **50 % des entreprises** font appel à au moins deux agences pour produire du contenu¹⁴.

Les opportunités pour gagner en rapidité et en efficacité vont de l'amélioration de la productivité au rapatriement en interne de tâches externes, afin d'intégrer, d'accélérer et de tirer parti de l'intégralité de la chaîne de valeur du contenu.

Votre entreprise doit savoir précisément quoi optimiser pour booster les performances et obtenir une croissance plus rentable. Les principales difficultés généralement rencontrées portent sur les workflows improvisés, les goulets d'étranglement et le temps consacré à des tâches de moindre importance.

La solution de content supply chain d'Adobe aide chaque personne impliquée dans la création et l'activation de contenu à rester en contact avec les autres et à travailler plus rapidement. Les équipes créatives peuvent ainsi se consacrer à la création, et la direction bénéficie de la visibilité en temps réel et des insights stratégiques nécessaires pour prendre des décisions rapides dans tous les domaines, de la réduction des coûts à l'amélioration de la satisfaction des besoins de la clientèle.



@EPHRAIM GERARD CRUZ,
Director of Operations and Software
Initiatives Lead, Xfinity Creative

Points de friction



Points de friction sur le plan humain



Réunions de planification

Recherches

Surmenage

Reporting manuel

Métadonnées manuelles

Tâches de faible valeur confiées aux talents stratégiques



Points de friction au niveau des processus



Gestion manuelle des versions

Perte de valeur en raison des retards

Chasse manuelle aux informations

Systèmes cloisonnés

Décalage stratégique

Manque de visibilité pour les décisions



Points de friction sur le plan technologique



Solutions ponctuelles

Liens manuels entre les silos

Architecture cloisonnée

Taxonomies conflictuelles

Écosystèmes martech complexes

Perte de métadonnées

Accélérer la croissance à l'aide d'une content supply chain unifiée et optimisée par l'IA

Une approche unifiée de la content supply chain vous permet d'augmenter rapidement votre capacité à planifier, à produire, à diffuser et à analyser le contenu dont vous avez besoin pour stimuler votre croissance. Ces bases sont capitales. Elles doivent être à la fois solides et diversifiées pour favoriser la création d'expériences pertinentes de A à Z.

Adobe GenStudio répond à ce besoin précis. Cette solution unifiée et optimisée par l'IA transforme la façon dont les entreprises gèrent l'approvisionnement en contenu. En associant Adobe Experience Cloud et Creative Cloud, GenStudio couvre l'ensemble de la content supply chain, afin de simplifier les workflows, de créer du contenu à l'aide de l'IA générative et d'optimiser les performances des équipes.



La révolution GenStudio

Voici cinq façons dont GenStudio peut aider votre entreprise :

- 1. Simplifiez les workflows et fluidifiez la collaboration.**
Assurez la coordination continue de vos équipes grâce des workflows fluides et synchronisés d'un outil à l'autre. Avec les validations automatisées et le suivi des tâches, les responsables peuvent allouer les ressources de manière efficace et garantir le respect des délais.
- 2. Accélérez la création de contenu intelligent avec l'IA générative.** Répondez à la demande croissante en matière de contenu de qualité avec les outils d'IA générative d'Adobe Firefly. Les équipes peuvent automatiser la création de variantes de contenu, réduire les tâches répétitives et se consacrer pleinement à la créativité, tout en préservant la cohérence de la marque.

Travailler avec Adobe présente un atout majeur : tout est centralisé dans un même environnement. C'est un énorme avantage qui nous permet d'automatiser les workflows.



@ANDY MCILVAINE,

Managing Director, Global Digital Channel
Strategy and Brand Agency, Deloitte

”

3. Centralisez et simplifiez la gestion des assets.

Rassemblez au sein d'un seul système la totalité du contenu pour faciliter son organisation, sa modification et sa réutilisation d'une campagne à l'autre. La gouvernance et le balisage optimisés par l'IA garantissent la conformité et le respect de l'identité de la marque en toute circonstance.

4. Personnalisez sur tous les canaux.

Proposez du contenu pertinent à votre audience, où qu'elle se trouve. GenStudio s'intègre étroitement aux applications Adobe Experience Cloud pour garantir une diffusion rapide et cohérente sur tous les canaux.

5. Traduisez les insights en action.

Prenez des décisions data-driven à chaque étape du parcours client. Le suivi de performance optimisé par l'IA balise automatiquement le contenu avec des identifiants de campagne et des métadonnées sur les attributs. Vous pouvez ainsi mesurer comment chaque contenu et ses caractéristiques favorisent l'engagement et les conversions pour optimiser les expériences et le ROI.

Redéfinir les possibilités marketing et créatives

Que vous pilotiez la stratégie marketing ou que vous ayez pour mission de stimuler l'innovation créative, GenStudio vous aide à transformer vos opérations.

En accélérant la content supply chain, son architecture connectée écourte les délais de lancement, renforce la productivité des équipes et booste l'efficacité opérationnelle de A à Z.

Elle permet également d'opérer à grande échelle, ainsi que de cibler et d'associer chaque asset pour maximiser la valeur ajoutée à tout instant. La planification, l'analyse et le reporting gagnent ainsi en précision, en ponctualité et en efficacité, ce qui optimise la prise de décisions et les résultats.



Prenez le contrôle de votre écosystème marketing.

Transformez vos opérations marketing.

En vous fournissant une vue d'ensemble complète tout en vous évitant de vous perdre dans les détails opérationnels, GenStudio transforme la façon dont vous gérez votre écosystème marketing. L'alignement des équipes sur les objectifs stratégiques, la simplification des workflows et l'obtention d'insights en temps réel contribuent à stimuler le ROI et vous aident à favoriser le développement continu de l'entreprise.

Dopez les performances de votre équipe.

Avec GenStudio, les équipes marketing peuvent accéder au contenu le plus performant et le recycler avec efficacité. La réduction des tâches répétitives permet de se consacrer pleinement à l'élaboration de campagnes attrayantes. Des réussites concrètes démontrent l'étendue des possibilités offertes.

Étude de cas

En optimisant ses workflows stratégiques, Orvis accélère de 75 % la mise en œuvre de ses projets et gagne 1 000 heures par an¹⁵.



Exprimez votre créativité.

Produisez à grande échelle sans compromettre la créativité.

Pour plus de trois responsables de la création sur cinq, les gains d'efficacité s'obtiennent souvent au détriment de la créativité. GenStudio facilite la production créative à grande échelle, tout en préservant la qualité et en évitant le surmenage. IBM a ainsi multiplié par cinq la rapidité de son processus de retouche¹⁶, ce qui a permis à ses équipes créatives de se recentrer sur les tâches à plus forte valeur ajoutée.

Éliminez les obstacles à la créativité.

Près de 44 % des équipes créatives¹⁷ évoquent un manque de temps pour la création comme frein au déploiement d'expériences client d'exception. GenStudio élimine ces obstacles en automatisant les processus fastidieux et en facilitant la collaboration. Les outils comme Adobe Firefly contribuent à booster la production de contenu et facilitent la création d'expériences client qui différencient votre marque.

Maintenant que les responsables marketing peuvent gérer les modifications de contenu, et même le processus de création dans son ensemble, nos délais de publication ont été réduits de 70 %.



@SAKURA MARTIN,
Global Brand and Design Lead,
Dentsu Group Inc.



Mettre toutes les chances de votre côté

Aujourd'hui, les entreprises se trouvent à la croisée des chemins. La pression continue d'augmenter pour générer rapidement des revenus avec des ressources limitées. Le phénomène est aggravé par une clientèle de plus en plus avertie, qui exige à la fois de la valeur ajoutée et du contenu conforme à l'identité de la marque.

En parallèle, 73 % des décideurs¹⁸ déplorent que les besoins immédiats soient privilégiés au détriment d'une planification et d'une stratégie à long terme. Mais ce n'est pas une fatalité.



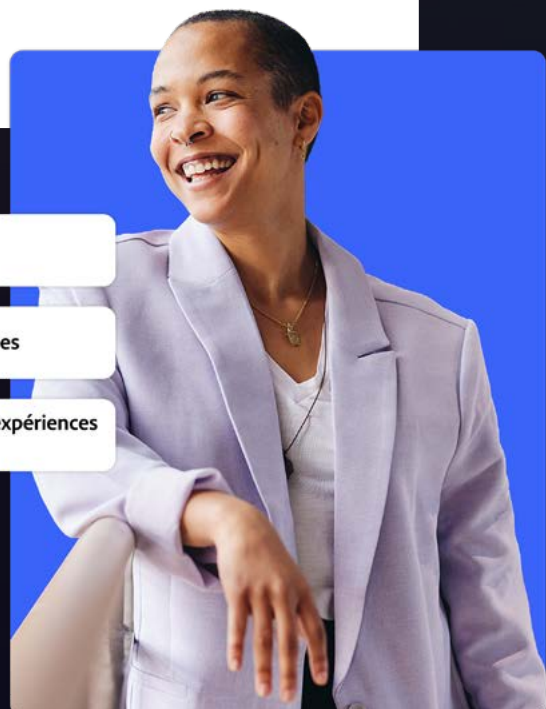
Surmonter les difficultés



Opérer avec des ressources limitées



Offrir de la valeur ajoutée et des expériences personnalisées



Plus qu'une solution temporaire, une véritable transformation

Des résultats immédiats à l'impact durable

En mettant en œuvre une content supply chain performante, vous pourrez simplifier les processus, accélérer la vélocité du contenu et ainsi multiplier votre capacité à proposer des expériences personnalisées et pertinentes, tout en diminuant les coûts directs et indirects.

De plus, en posant des bases stratégiques solides, vous mettrez en place une organisation pérenne qui accompagnera votre développement à long terme.

La content supply chain de demain sera encore plus efficace pour les entreprises qui se seront préparées à l'accueillir. Celles qui ont opté pour un modèle solide en la matière en retirent déjà les fruits et s'engagent sur la voie de la réussite.

Avec Adobe GenStudio, vous disposez de tout ce dont vous avez besoin pour garder un temps d'avance en intégrant des applications de pointe : Experience Manager pour optimiser les assets, Workfront pour simplifier les workflows, Creative Cloud pour booster la productivité créative, ainsi que des tableaux de bord et de l'analytics optimisés par l'IA pour mesurer les performances du contenu tout au long du parcours client.

L'alliance de ces outils enrichit et accélère la création de contenu, intègre les données à la prise de décisions créatives et aide les responsables à démontrer le ROI, tout en canalisant les ressources vers les opportunités les plus impactantes.

Alors que le fossé qui sépare les leaders des retardataires dans ce domaine se creuse, l'heure est venue d'agir.

La diffusion de contenu de qualité à grande échelle et son utilisation sont gage d'interactions avec la clientèle. Elles permettent d'obtenir des insights sur ce qui l'intéresse, lui donnent des raisons de vous faire confiance, maintiennent un lien de proximité avec elle et aident à nouer une relation durable.

Adobe peut vous aider.

Créez plus facilement du contenu personnalisé avec Adobe GenStudio. Optimisez la collaboration, simplifiez vos workflows et tirez parti de l'IA générative pour répondre précisément aux attentes de la clientèle.

Déployez des campagnes à grande échelle, multipliez les interactions et obtenez des résultats concrets grâce à une solution intégrée dont les performances sont décuplées par l'IA générative de Firefly. Le meilleur dans tout cela ? Les gains de productivité sont tels que vous amortirez votre investissement en six à huit mois.

En savoir plus

Sources

1. Adobe x Oxford Economics, State of CX report, <https://business.adobe.com/resources/state-of-cx-research-report.html>
2. McKinsey, <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/the-value-of-getting-personalization-right-or-wrong-is-multiplying>
3. Enquête Adobe Commerce, <https://business.adobe.com/blog/basics/personalized-customer-experience>
4. Adobe x Oxford Economics, State of CX report (voir ci-dessus)
5. Tendances digitales 2023, Adobe/Econsultancy - <https://www.adobe.com/content/dam/cct/creativecloud/business/teams/whitepapers/pdf/Adobe-Digital-Trends-2023.pdf>
6. Tendances digitales 2023 (voir ci-dessus)
7. Adobe x Oxford Economics, State of CX report (voir ci-dessus)
8. Gartner, <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2023-05-22-gartner-survey-reveals-71-percent-of-cmos-believe-they-lack-sufficient-budget-to-fully-execute-their-strategy-in-2023>
9. Gartner (voir ci-dessus)
10. *ibid.*
11. Témoignage de T-Mobile, <https://business.adobe.com/fr/customer-success-stories/tmobile-workfront-case-study.html>
12. Témoignage d'IBM, <https://business.adobe.com/fr/customer-success-stories/ibm-2022-case-study.html>
13. État des lieux 2023, Adobe, https://business.adobe.com/resources/reports/state-of-work-2023/thank-you.html?faas_unique_submission_id=8083288C-1607-4AE9-689D-9616D4D7A8D1
14. London Research, Linus Gregoriadis, étude propriétaire réalisée pour le compte d'Adobe
15. Témoignage d'Orvis, <https://business.adobe.com/fr/customer-success-stories.html>
16. Témoignage d'IBM (voir ci-dessus)
17. Tendances digitales (voir ci-dessus)
18. Tendances digitales (voir ci-dessus)